

Андрій Жабін,

молодш. наук. співробітник Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

Соціальні мережеві сервіси в бібліотеках

У статті йдеться про використання найбільш популярних соціальних медіа у бібліотеках. Проаналізовано сучасний стан провідних соціальних медіа в світі та в Україні, можливості їх застосування в бібліотеках. Наведено порівняльну характеристику відеохостингів Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Tumblr. Висвітлено статистику відвідуваності Facebook за країнами і віковими групами.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, відеохостинг, Facebook, Youtube, Tumblr, Instagram, Twitter, бібліотечні блоги, мікроблог.

Соціальні медіа (СМ) як вид масової комунікації є історично новим, швидкозростаючим феноменом сучасного суспільства. Термін «соціальні медіа» позначає веб-сайти і додатки, які дають змогу користувачам створювати та ділитися контентом, брати участь у соціальних мережах [30].

На сьогоднішній день вже фактично немає такої галузі суспільного життя, де б СМ не застосовувались. Їх поширення серед населення вражає своєю динамікою і масовістю. Так, у США 7 із 10 громадян вже використовують СМ [31]. В Україні, згідно з дослідженнями Київського міжнародного інституту соціології, 32,7% громадян послуговуються соціальними мережами [11], що також є значним показником.

Проведені нами дослідження [7] засвідчують постійне та швидке зростання їх ролі в бібліотечній діяльності.

Нині, коли попит на традиційні бібліотечні послуги спадає, а електронні бібліотечні ресурси стають дедалі популярнішими [36], СМ можуть ефективно використовуватися, насамперед, як засіб рекламування власних послуг, удосконалення взаємодії з читачами тощо.

Зауважимо, що лише присутність бібліотеки у найбільш популярних СМ не дає суттєвих результатів. Саме тому ця проблематика нині так активно обговорюється серед зарубіжних та вітчизняних фахівців [3; 13; 15; 21; 23; 34; 37].

Мета статті – висвітлити сучасний стан найбільш популярних СМ та розкрити можливості ефективного застосування їх онлайн-сервісів у бібліотеках.

Однією з провідних країн, де питанням СМ приділяється належна увага, є Сполучені Штати Америки. Тут в останні роки проводяться масштабні дослідження як на регіональному, так і на національному рівнях. Вони охоплюють сотні бібліотек по всій країні [26]. Все робиться для того, щоб серйозно на-

вернути бібліотеки до діяльності в СМ. Дані зусилля виливаються в реальні позитивні результати на місцях у вигляді мільйонів підписників бібліотечних ресурсів у СМ [7] серед найбільш успішних проєктів. Так, експеримент із СМ, проведений Нью-Йоркською публічною бібліотекою [32], дав змогу збільшити кількість отримувачів абонементів за місяць на 35%. Він включав 2 фази: підготовку та реалізацію. Зауважимо, підготовка, яка передбачала всебічний аналіз та прогнозування, тривала в декілька разів довше самого експерименту.

Аналізуючи стрімке зростання популярності СМ у світі з середини 2000-х р. [24], можна прослідкувати, як змінювалося ставлення бібліотек, зокрема зарубіжних, до застосування СМ у своїй роботі. Спочатку більшість керівників бібліотек скептично ставилася до використання соціальних мережевих сервісів. За даними досліджень [29], респонденти, відповідаючи соціологам, чітко не вказали, що СМ відіграють якусь значну роль у бібліотеках. Фактично на ранніх етапах використання СМ бібліотекарями, без адміністративної підтримки та без відповідного досвіду, вирізнялося неорганізованістю, деякою хаотичністю. Але навіть за таких умов ця робота давала позитивні результати.

Вже під час перших експериментів із Facebook і MySpace у 2008 р. почали надходити позитивні відгуки від користувачів [23], в яких йшлося про корисність он-лайн статусу працівників бібліотек у Facebook, зручність безпосередніх миттєвих консультацій та неофіційного спілкування. Інші дослідження [21] засвідчили початок упровадження широкого спектра послуг через Facebook, насамперед просування власних ресурсів. Також відзначався такий позитивний результат, як згуртованість і поглиблена творча кооперація бібліотечних працівників. І це цілком закономірно, адже з'явилася можливість спілкування на персональному рівні у СМ.

За даними, наведеними міжнародним книжковим видавництвом Taylor & Francis Group [37], на сьогодні 70 % бібліотек у світі використовують СМ, 60 % застосовують їх, як мінімум, вже 3 роки. При цьому 30 % бібліотечних установ роблять записи щодня.

Для бібліотеки СМ нині виступають, насамперед, доступними засобами поширення інформації та обміну знаннями. Про це свідчать нещодавно проведені дослідження в англійських країнах [22]. При цьому, якщо взяти тих, хто поширює рекламу через СМ, то виявляється, що серед 5 тис. опитаних респондентів 90 % вважають СМ важливим елементом реклами власних послуг/товарів, а 40 % вказали, що їх діяльність лише ускладнилася за останній рік [33]. Як бачимо, має місце постійно зростаюча конкуренція, породжена тотальним застосуванням СМ у суспільстві загалом.

Безумовно, стрімка динаміка застосування СМ не має такого прямого впливу на діяльність бібліотек, як наприклад, на комерційні установи, хоча сучасні книгозбірні вкрай зацікавлені у збільшенні відвідуваності, у нарощуванні власних електронних ресурсів, де СМ можуть бути успішно інтегровані в бібліотечне електронне середовище. Саме це засвідчує успішний досвід провідних американських бібліотек [7].

Велика увага застосуванню СМ приділяється у Бібліотеці Конгресу [35], зокрема, тут має місце виділення працівникам часу для роботи з СМ. Розвиток цієї діяльності передбачено стратегією дій на 2011–2016 рр. В Україні такого плану дій з СМ на державному рівні для бібліотечних установ, на жаль, досі немає. А традиційні мас-медіа в Україні вже багато років не опікуються належним чином науковою тематикою, і як результат, – наша країна втрачає цілі покоління читачів [2]. У сучасних складних інформаційних умовах такі потужні і доступні засоби комунікації молоді, як СМ [14], не можуть ігноруватися вітчизняними бібліотеками.

Останнім часом в Україні популяризації діяльності бібліотек у СМ приділяється дедалі більше уваги у наукових журналах. Наприклад, у «Бібліотечному віснику» постійно друкуються статті з цих питань [3; 5; 12]. На наше переконання, такі публікації слід всіляко підтримувати, нарощувати, щоб, по-перше, розкривати суспільству нові можливості надання бібліотечних послуг, а по-друге – постійно інформувати самих бібліотекарів про останні ноу-хау в галузі.

Варто також відзначити позитивні тенденції щодо використання СМ в освітньому процесі. Так, на

базі кафедри книгознавства та бібліотекознавства Київського національного університету культури і мистецтв упроваджена дисципліна «Технології Веб 2.0 для бібліотек та користувачів» [16]. Цей навчальний курс розробили Т. Ярошенко і Т. Якушко. Вони також підготували відповідний навчальний посібник [17] до нього, де розкриваються практичні підходи до роботи зі СМ у бібліотеках на сучасному етапі розвитку інтернет-технологій.

Характерною особливістю діяльності українських бібліотек у СМ є тотальне використання лише зарубіжних проектів, зокрема Facebook, YouTube та Twitter. Про це свідчать статистичні дослідження В. Струнгар [13] і Т. Гранчак [3].

Якщо проаналізувати список найбільш популярних СМ у світі (табл. 1) станом на вересень 2016 р., то виявиться, що Facebook тут є безперечним лідером. Однак наведена статистика має узагальнюючий характер і може слугувати лише відправною точкою для подальших пошуків.

Таблиця 1

Найбільш популярні веб-сайти СМ [27]

СМ	Кількість відвідувачів за місяць, млн
Facebook	1710
YouTube	1000
Instagram	500
Twitter	313
Reddit	234
Vine	200
Ask.fm	160
Tumblr	115
Flickr	112
Google+	111

Справа в тому, що найбільш популярні СМ за останні роки хоча й озброїлися різним, навіть універсальним, інструментарієм, але в певних ситуаціях вони обмежені у своїх можливостях, не є такими зручними у використанні порівняно з іншими. Тому кожне СМ має власну «нішу» в електронному просторі.

Для порівняння можна взяти лідерів даного списку: Facebook і YouTube. На сьогодні Facebook і YouTube посідають, відповідно, першу та третю сходинки у рейтингу СМ щодо частоти їх використання провідними бібліотеками світу [3].

YouTube (укр. «Ютюб») – безкоштовний відеохостинг, створений у США. Він надає послуги з розміщення відеоматеріалів широким колам користувачів. Розроблений як приватна ініціатива групи працівників платіжної системи PayPal (не є продуктом PayPal) у 2005 р. і викуплений компанією Google за 1,65 млрд доларів у 2006-му.

Входить до трійки найбільш відвідуваних сайтів Інтернету станом на 2016 р.

Користувачі веб-сайта можуть додавати, продивлятися і коментувати ті чи інші відеозаписи. Завдяки простоті та зручності використання YouTube став одним із найпопулярніших місць для розміщення відеофайлів. Відеохостинг містить як професійні кліпи, так і аматорські відеозаписи, включаючи відеоблоги.

Facebook (укр. «Фейсбук») – соціальна мережа американського походження, створена М. Цукербергом у 2004 р. (на той час студентом Гарварду). Згодом із закритого веб-сайта для студентів Гарвардського університету вона переросла у всесвітньо доступний і популярний багатофункціональний соціальний мережевий сервіс, у т. ч. і відеоматеріалів.

Дані СМ конкурують між собою, насамперед у категорії послуг, пов'язаних із відеоматеріалами. Тут у них виявляються суттєві відмінності (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняння відеохостингу Facebook і YouTube

Параметр	Facebook	YouTube
Рекомендований формат	H.264 відео компресії з AAC аудіокомпресією формату MOV або MP4	H.264 відео компресії з AAC аудіокомпресією формату MP4
Роздільна здатність	1280 пікселів або менше	До 8000 пікселів
Максимальний розмір відео	4 ГБ	128 ГБ
Максимальна тривалість	120 хвилин	відсутня

Організоване для рекламодавців дослідження означених вище СМ [25] показали, що аудиторія Facebook хоча і ширша, ніж у YouTube, але якість переглядів відео (вимірюється тривалістю перегляду) виявилася гіршою.

Як показує проведене нами дослідження (табл. 3), Facebook, хоча і є найбільшою соціальною мережею у світі, але має значні географічні і вікові відмінності щодо популярності серед населення тих чи інших країн.

Зокрема, в Україні Facebook є менш популярним, аніж YouTube [1; 9; 10]. Також зазначимо: молодь надає перевагу YouTube [26], у той час як люди зрілої вікової категорії – Facebook.

Зважаючи на вищевикладене, вітчизняним бібліотекам буде досить важко зробити вибір між Facebook і YouTube. На наш погляд, робити вибір на користь лише однієї популярної мережі є менш продуктивно, аніж створювати мережу взаємопов'язаних облікових записів у різних СМ. І тут існує ціла низка причин, перш за все – неможливість більш широкого охоплення аудиторії.

Таблиця 3

Відвідуваність Facebook за країнами та віковими групами

Країна	Чисельність користувачів Facebook, млн (на 1 листопада 2016 р.)			
	Всього	за віком		
		14–17	18–29	30–50
Україна	5.8	0.3	2	2.8
Росія	12	0.56	3.9	5.5
Білорусь	0.82	0.48	0.31	0.37
Молдова	0.69	0.08	0.31	0.24
Казахстан	1.5	0.08	0.62	0.7
Польща	15	1.8	6.2	5.5
Литва	1.4	0.11	0.55	0.54
Латвія	0.74	0.05	0.28	0.31
Естонія	0.63	0.04	0.21	0.27
Німеччина	30	1.5	11	13
Велика Британія	39	1.7	13	16
Ізраїль	5.2	0.34	2.1	2.9
США	199	5.8	64	79
Франція	33	2.1	12	13
Канада	21	0.58	6.7	8.5
Італія	29	1.2	8.8	13
Швеція	6.2	0.31	1.9	2.3
Угорщина	5.3	0.33	1.7	2.2
Румунія	8.7	0.8	3.2	3.7
Чехія	4.8	0.34	1.7	2
Болгарія	3.3	0.24	1.1	1.5
Іспанія	23	0.42	6.3	11
Бразилія	114	9.5	49	42
Китай	1.8	0.12	1.1	0.52
Індія	160	16	99	39

Порівнюючи технічні можливості, можна констатувати, що Facebook краще підійде для поширення відеоматеріалів незначних за обсягом часу (наприклад, новин у бібліотеці), де достатньо кількох хвилин, щоб у відеорежимі донести думку. Тоді як довготривалі відео (наприклад запис конференції) і за технічними можливостями, і за сприйняттям аудиторією краще підійдуть для розміщення на YouTube.

Варто також зазначити, що саме відеопродукція є основною тенденцією розвитку сучасних СМ. Дослідження компанії Cisco Systems (входить до списку найпотужніших виробників телекомунікаційного обладнання в світі) дають змогу передбачити, що відеоматеріали становитимуть 69 % та 80 % всього інтернет-трафіку серед споживачів у 2017-му та 2019 р., відповідно [38].

Як приклад активного використання мережі Facebook серед провідних українських книгозбірень можна навести Національну бібліотеку України імені В. І. Вернадського (НБУВ). Так у Facebook, окрім загальнобібліотечної сторінки НБУВ, функціонує ціла низка сторінок структур-

**Порівняльна характеристика
Twitter, Instagram та Tumblr**

Параметр	Twitter	Instagram	Tumblr
Рік появи	2006	2010	2007
Операційна система	Linux, Windows, MAC OS X, iOS, Windows 10 Mobile, Windows Phone	iOS, Android, Windows Phone, Windows 10 Mobile	Windows, MAC OS X, iOS, Android, Windows Phone, Windows 10 Mobile
Репост (без сторонніх програм)	Присутній	Відсутній	Присутній
Обмеження розмірів власних повідомлень	140 символів	2200 символів, присутні суттєві обмеження на розміри відповіді, запитання тощо.	Відсутнє, але є суттєві обмеження на розміри відповіді, запитання тощо.
Репост в інші соц. мережі (без сторонніх програм)	Відсутній	Присутній	Присутній
Ведення кількох блогів на одному обліковому записі	Відсутній	Відсутній	Присутній

них підрозділів Бібліотеки (Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади, Фонд Президентів України, Національна юридична бібліотека, Австрійська бібліотека, Центр науково-бібліографічної інформації тощо).

Ще одним популярним напрямом діяльності бібліотек у СМ на сучасному етапі є ведення бібліотечних блогів. Бібліотечні блоги в Україні засвідчують позитивну динаміку розвитку, маючи стабільні показники щорічного приросту в своїй чисельності, як і в інших вебметричних показниках [8]. Але, незважаючи на це, переважна більшість бібліотечних блогів в Україні все ще є невеликими за обсягами проектами, які не мають власного доменного ім'я другого рівня та розташовані на блог-платформі Blogger компанії Google, в першу чергу, через її безкоштовність та спрощений інтерфейс.

Сьогодні одним із трендів бібліотечної блогосфери в світі є використання мікроблогових платформ, таких як Twitter, Instagram і Tumblr. Публікація коротких повідомлень у форматі блога отримала назву «мікроблогінг».

Twitter (укр. «Твіттер») – соціальна мережа для публічного обміну повідомленнями, що дає змогу користувачам надсилати короткі текстові повідомлення як через веб-інтерфейс, так і за допомогою SMS.

Instagram (укр. «Інстаграм») – безкоштовний додаток обміну фотографіями. Він дає змогу користувачам робити фотографії, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж. Є одним із найпопулярніших сервісів у мистецтві айфонографії.

Tumblr (укр. «Тамблер») – сервіс мікроблогів, що уможливує викладання текстових повідомлень, зображень, відеороликів, посилань, цитат та аудіозаписів у їх короткоформатний блог.

Як показує порівняльна характеристика (табл. 4), Twitter є найстаршим серед СМ даної групи, але має найбільші обмеження розмірів повідомлень, що формує імідж «стрічки новин». На даний час Twitter – одна з найбільш поширених платформ для мікроблогів серед академічних бібліотек [34], адже, як зазначають американські дослідники [20], він є одним із найпростіших серед СМ для проведення широкого кола бібліотечних експериментів.

В останні роки молодий сервіс Instagram швидко завоював багатомільйонну аудиторію прихильників, зайнявши 3-тю сходинку з популярності в світі серед СМ після Facebook і YouTube (див. табл. 1).

Однак, Instagram має суттєві обмеження для ко-

ристувачів персональних комп'ютерів (ПК), адже розроблений для смартфонів/планшетів. Для його застосування користувачам ПК необхідне додаткове програмне забезпечення – так звані «емулятори» Android-додатків, на кшталт умовно-безкоштовного додатка Bluestacks App Player [18]. Також «репост» (публікація записів інших користувачів у додатку на власній сторінці) здійснюється непрямими методами (знову потрібне додаткове програмне забезпечення). З іншого боку, Instagram має власний, легкий у використанні, фоторедактор, що робить його досить ефективним засобом швидкого поширення фотоілюстрацій у формі стрічки новин, заради чого його і розробляли. У 2012 р. Facebook придбав Instagram [19] і на даний час вони тісно інтегровані.

Для бібліотекарів Instagram є прекрасним доповненням для поширення новин у формі коротких записів із фотографіями, але як повноцінний фонд для зберігання матеріалів він не годиться, адже відсутність системи папок і каталогів у структурі додатку унеможливує систематизацію та ускладнює пошук матеріалів.

Tumblr, який є доступним для користувачів і ПК, і смартфонів, дає змогу публікувати значні за обсягом повідомлення та, що не менш важливо, розбивати їх за різними блогами в межах одного облікового запису.

Варто також зазначити, що Tumblr – це не CMS (система управління вмістом), на відміну від іншої блоггової платформи WordPress [39]. Інакше кажучи, якщо немає специфічних завдань (складних за структурною реалізацією) при веденні блогу, то Tumblr зі своєю політикою «простоти і мінімалізму» є досить вдалим рішенням для ведення класичних блогів бібліотекарів.

Висновки

1. СМ вже достатньо довго і успішно застосовуються у всьому світі для надання широкого кола інформаційних послуг через Інтернет, але через відсутність відповідного системного підходу у цьому напрямі (у вигляді чіткого плану дій, регулюючих документів, тренінгів для працівників бібліотек тощо) значна кількість можливостей СМ не знаходить широкої практичної реалізації в бібліотеках України.

2. Зважаючи на зростаючий світовий попит на відеоматеріали, бібліотекам варто посилювати цей напрям у власній стратегії для СМ, де і Facebook, і YouTube можуть ефективно використовуватися для їх поширення, але водночас варто приділити належну увагу технічним аспектам і цільовій аудиторії.

На сучасному етапі розвитку СМ «робити ставку» на одну велику соціальну мережу (Facebook, Twitter тощо) не є доцільним, особливо для великих бібліотек, де читачі представлені у доволі широкому віковому та професійному діапазоні.

3. Мікроблоги, особливо ті, що розроблені як додатки для смартфонів, є досить «молодими» навіть серед СМ і досягають вражаючих показників популярності серед користувачів Інтернету (особливо серед користувачів смартфонів, яких вже майже 2 млрд у світі [4]). Незважаючи на цілу низку технічних обмежень, вони є досить перспективним напрямом для сучасних бібліотек.

Список використаних джерел

1. Аналіз інтернет-аудиторії України [Електронний ресурс] / Інтернет асоц. України : веб-сайт. – Електрон. дані та прогр. – К., 2016. – Режим доступу : http://www.inau.org.ua/analytics_vuq.phtml.

2. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіа-просторі / Т. О. Бондаренко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2012. – № 1. – С. 4–8.

3. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібл. вісник – 2016. – № 1. – С. 18–29.

4. 2 миллиарда потребителей по всему миру обзаведутся смартфонами к 2016 году : блог [Электронный ресурс]. – Режим доступу : http://www.byud.me/ru/blog/2015/06/2_bln_consumers_worldwide_to_get_smartphones_by_2016/. – Название с экрана.

5. Добко Т. Бібліографічний опис електронних ресурсів віддаленого доступу та соціальних сервісів Веб 2.0 / Т. Добко, І. Антоненко, Н. Моїсєнко // Бібл. вісник – 2014. – № 4. – С. 12–21.

6. Добко Т. Довідково-бібліографічна діяльність наукових бібліотек Національної академії наук України: становлення та розвиток (XX ст. – перше десятиліття XXI ст.) / Тетяна Добко ; відп. ред. О. С. Онищенко ; НАН України. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 376 с.

7. Жабін А. О. Соціальні медіа в бібліотеках США / А. Жабін // Вісн. Кн. палати. – 2015. – № 6. – С. 20–23.

8. Жабін А. О. Вебометричне дослідження бібліотечних блогів України / А. Жабін // Наук. пр. Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського – К., 2014. – Вип. 40. – С. 17–29.

9. Названы самые популярные сайты в Украине [Электронный ресурс] // Корреспондент.net : новостной портал. – Режим доступа : <http://korrespondent.net/lifestyle/3658504-nazvany-samy-e-popularny-e-sajty-v-ukrayne>. – Название с экрана.

10. Рейтинг : «Найпопулярніші сайти України» [Електронний ресурс] // Mozok.net : [веб-сайт]. – Режим доступу : <https://mozok.net/najpopuljarnishi-sajti-ukrajini>. – Назва з екрана.

11. Соціально-політичні настрої жителів України та рейтинг підтримки партій і політичних лідерів : травень – червень 2016 року [Електронний ресурс] // Київський міжнародний інститут соціології : світогляд. портал. – Режим доступу : <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=628> – Назва з екрана.

12. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект / В. Струнгар // Бібл. вісник – 2014. – № 6. – С. 23–27.

13. Струнгар В. Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа / В. Струнгар // Humanities and Social Sciences. – 2015. Iss. 3–4. – P. 80–84.

14. Українська молодь «живе» в соціальних мережах [Електронний ресурс] // Рідна країна : світогляд. портал. – Режим доступу : <http://ridna.ua/2011/11/ukrajinska-molod-zhyve-v-sotsialnyh-merezhah/> – Назва з екрана.

15. Штих П. М. Використання соціальних медіа для популяризації довідково-бібліографічних видань / П. М. Штих // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Київ, НБУВ, 6–8 жовт. 2015 р.). – Київ, 2015. – Ч. 2. – С. 272–273.

16. Ярошенко Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек та користувачів : навчально-методичний комплекс дисципліни / Т. О. Ярошенко ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2014. – 56 с.

17. Ярошенко Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів : нові можливості розвитку бібліотечного середовища : посіб. для бібліотекарів за прогр. підвищ. кваліфікації / Укр. бібл. асоц., Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, Центр безперервн. інформ.-бібл. освіти, Головний тренінгов. центр для бібліотекарів ; Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко. – Київ : Саміт-книга, 2013. – 106 с.

18. BlueStacks App Player [Электронный ресурс] // Википедия : свободная энцикл. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/BlueStacks_App_Player. – Название с экрана.

19. Instagram [Электронный ресурс] // Википедия : свободная энцикл. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>. – Название с экрана.

20. Carscaddon L. Twitter as a marketing tool for libraries / L. Carscaddon, K. Chapman // Marketing with Social Media: A LITA Guide. – Chicago, 2013. – P. 147–163.

21. Charnigo L. Checking out Facebook.com: The impact of a digital trend on academic libraries / L. Charnigo, P. Barnett-Ellis // Information Technology and Libraries. – 2007. – Vol. 26, № 1. – P. 23–34.

22. Chen Dora Yu-Ting. How Do Libraries Use Social Networking Sites to Interact with Users? / Dora Yu-Ting Chen, Samuel Kai-Wah Chu, Shu-Qin Xu // Proceedings of the American Society for Information Science and Technology. – 2012. – Vol. 49, Iss. 1. – P. 1–10.

23. Chu M. The problems and potential of MySpace and Facebook usage in academic Libraries / M. Chu, Y. Nalani Meulemans // Internet Reference Services Quarterly. – 2008. – Vol. 13, Iss. 1. – P. 69–85.

24. Ellison N. B. Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship / B. N. Ellison // J. of Computer-Mediated Communication. – 2013. – Vol. 13, Iss. 1. – P. 210–230.

25. Facebook vs Youtube: Which Side of the Video Battle Should You Join? [Electronic resource] // Moz : blogs. – Mode of access : <https://moz.com/blog/facebook-vs-youtube>. – Title from the screen.

26. Facebook, YouTube и Google+ – самые популярные соц-сети в мире [Электронный ресурс] // Лайкни : интернет-издание. – Режим доступа : <https://www.likeni.ru/events/facebook-youtube-i-google-samye-populyarnye-sotsseti-v-mire/>. – Название с экрана.

27. Kallas P. Top 15 Most Popular Social Networking Sites (and 10 Apps!) [Electronic resource] / P. Kallas // Dreamgrow. – 2016. – 28 Nov. – Mode of access : <http://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>. – Title from the screen.

28. Public Library Marketing: Methods and Best Practices [Electronic resource] // Library Journal. – 2012. – Mode of access : <https://s3.amazonaws.com/WebVault/PublicLibraryMarketingRpt2013.pdf>. – Title from the screen.

29. Sharing, privacy and trust in our networked world: A report to the OCLC membership / J. Cantrell, A. Havens, C. De Rosa, L. Jenkins. – Dublin : OCLC, 2007. – 280 p.

30. Social Media [Electronic resource] // Oxford online dictionary. – Mode of access : <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social-media?q=social+media>. – Title from the screen.

31. Social Media Fact Sheet [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access : <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/> – Title from the screen.

32. Social Media Marketing: How New York Public Library increased card sign-ups by 35% [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access : <http://shepablog.marketingsherpa.com/online-marketing/nypl-social-media-marketing/> – Title from the screen.

33. Stelzner M. A. 2016 Social media marketing industry report : How Markets Are Using Social Media to Grow Their Businesses [Electronic resource] / M. A. Stelzner. – Social Media Examiner, 2016. – 56 p. – Mode of access : <http://www.socialmediaexaminer.com/wp-content/uploads/2016/05/SocialMediaMarketingIndustryReport2016.pdf>. – Title from the screen.

34. Stvilia B. What do academic libraries tweet about, and what makes a library tweet useful? / B. Stvilia, L. Gibradze // Library & Information Science Research. – 2014. – Vol 36, Iss. 3–4. – P. 136–141.

35. The Law Library of Congress strategic plan. Fiscal years 2011–2016 [Electronic resource]. – Washington, 2010. – 32 p. – Mode of access : http://www.loc.gov/law/news/strategic_plan_2010_FINAL.pdf. – Title from the screen.

36. Trends in library usage [Electronic resource]. – Mode of access : https://en.wikipedia.org/wiki/Trends_in_library_usage. – Title from the screen.

37. Use of social media by the library : current practices and future opportunities [Electronic resource] / Taylor & Francis Group. – 2014. – 32 p. – Mode of access : <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf>. – Title from the screen.

38. White paper : Cisco VNI Forecast and Methodology, 2015–2020 [Electronic resource] // Cisco. – 2016. – 01 June. – Mode of access : <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>. – Title from the screen.

39. WordPress против Tumblr: сравнение двух популярных платформ в контексте ведения блогов [Электронный ресурс] // Oddstyle : all about wordpress : [блог]. – Режим доступа :

<http://oddstyle.ru/wordpress-2/stati-wordpress/wordpress-protiv-tumblr-sravnienie-dvux-populyarnyx-platform-v-kontekste-vedeniya-blogov.html>. – Название с экрана.

References

1. Analiz internet-auditorii Ukrainy [Analysis of the Internet audience of Ukraine]. (2016). <http://www.inau.org.ua>. URL: http://www.inau.org.ua/analytics_vuq.phtml [in Ukrainian].

2. Bondarenko, T. O. (2012). Populiaryzatsiia nauky u vitchyznianomu media-prostori [Popularization of science in the national media space]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii – State and regions. Series: Social Communications*, 1, 4–8 [in Ukrainian].

3. Hranchak, T. (2016). Vykorystannia natsionalnomy bibliotekamy sotsmerezhu dlia predstavlennia biblioteknykh produktiv i posluh [Usage social networks among national libraries for presentation of library products and services]. *Bibl. visnyk*, 1, 18–29 [in Ukrainian].

4. 2 milliarda potrebiteley po vsemu miru obzavedutsya smartfonami k 2016 godu [2 billion of consumers around the world will acquire smartphones by 2016]. (2015). <http://www.byyd.me>. URL: http://www.inau.org.ua/analytics_vuq.phtml [in Russian].

5. Dobko, T., Antonenko, N., & Moiseienko N. (2014). Bibliografichniy opys elektronnykh resursiv viddalenooho dostupu ta sotsialnykh servisiv Veb 2.0 [Bibliographic description of electronic resources of remote access and social services Web 2.0]. *Bibl. visnyk*, 4, 12–21 [in Ukrainian].

6. Dobko, T. (2013). *Dovidkovo-bibliografichna diialnist naukovykh bibliotek Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy: stanovlennia ta rozvytok (XX st. – pershe desiatyllittia XXI st.) [Information and Reference Services of Scientific Libraries of the National Academy of Sciences of Ukraine: History and Development (the 20th century and the first decade of the 21st century)]*. Kyiv: NAN Ukrainy. Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernadskoho [in Ukrainian].

7. Zhabin, A. O. (2015). Sotsialni media v bibliotekakh SSHA [Social media in USA libraries]. *Visn. Kn. Palaty*, 40, 20–23 [in Ukrainian].

8. Zhabin, A. O. (2014). Vebometrychne doslidzhennia biblioteknykh blohiv Ukrainy [Webometric study of Ukrainian library blogs]. *Nauk. pr. NBUV* (Vols. 40), (pp. 20–23). Kyiv : NBUV [in Ukrainian].

9. Nazvaniy samyie populyarnyie sayty v Ukraine [The most popular websites of Ukraine are named]. (2016). <http://korrespondent.net>. Retrieved from <http://korrespondent.net/lifestyle/3658504-nazvany-samye-populiarnyie-saity-v-ukrayne> [in Russian].

10. Reitynh : “Naipopuliarnishi sayty Ukrainy” [Rating: “Most popular websites of Ukraine”]. (n.d.). <https://mozok.net>. URL: <https://mozok.net/najpopuljarnishi-sajti-ukrajini> [in Ukrainian].

11. Sotsialno-politychni nastroi zhyteliv Ukrainy ta reitynh pidtrymky partii i politychnykh lideriv: traven – cherven 2016 roku [Socio-political attitudes of Ukrainian people and rating of parties and political leaders support : May – June 2016]. (2016). <http://kiis.com.ua>. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=628> [in Ukrainian].

12. Strunhar, V. (2014). Biblioteka i sotsialni media: terminolohichno-poniatiyni aspekt [Library and social media: terminological and conceptual aspect]. *Bibl. visnyk*, 6, 23–27 [in Ukrainian].

13. Strunhar, V. (2015). Statystychniy pidkhid do vyvchennia komunikatsii biblioteky i korystuvacha cherez sotsialni media [The statistical approach to studying of communication of library and the user through social media]. *Humanities and Social Sciences* (Iss. 3–4), (pp. 80–84) [in Ukrainian].

14. Ukrainska molod “zhyve” v sotsialnykh merezhakh [Ukrainian youth “lives”» in social networks]. (2011). <http://ridna.ua>. URL: <http://ridna.ua/2011/11/ukrajinska-molod-zhyve-v-sotsialnykh-merezhah/> [in Ukrainian].
15. Shtykh, P. M. (2015). Vykorystannia sotsialnykh media dlia populiaryzatsii dovidkovo-bibliohrafichnykh vydan [Use of social media for promotion of reference and bibliographic publications]. *Proceedings from Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia: materialy Mizhnar. nauk. konf. (m. Kyiv, NBUV, 6–8 zhovt. 2015 r.) – Library. Science. Communications: materials of international science conference* (Kyiv city, VNLU, 6-8 oct. 2015). (Part 2), (pp. 272–273). Kyiv : NBUV [in Ukrainian].
16. Yaroshenko, T. O. (2014). *Tekhnolohii Veb 2.0 dlia bibliotek ta korystuvachiv : Navchalno-metodychnyi kompleks dystsypliny [Technologies of Web 2.0 for libraries and users: Educational and methodological complex of discipline]*. Kyiv: Kyiv. nats. un-t kul'tury i mystetstv [in Ukrainian].
17. Yaroshenko, T. O., & Yakushko, T. O. (2014). *Tekhnolohii Veb 2.0 dlia bibliotek i korystuvachiv: novi mozhlyvosti rozvytku bibliotechnoho seredovyshcha : posib. dlia bibliotekariv za prohr. pidvyshch. kvalifikatsii [Technologies of Web 2.0 for libraries and users: new opportunities for the development of the library environment: manual for librarians for program of qualification increasing]*. Kyiv: Sammit-knyha [in Ukrainian].
18. Bluestacks App Player. (n.d.). <https://ru.wikipedia.org>. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/BlueStacks_App_Player [in Russian].
19. Instagram. (n.d.). <https://ru.wikipedia.org>. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> [in Russian].
20. Carscaddon, L. & Chapman, K. (2013). Twitter as a marketing tool for libraries. In Thomsett-Scott, B.C. (Ed.) *Marketing with Social Media : A LITA Guide*. Chicago: American Library Association.
21. Charnigo, L. & Barnett-Ellis, P. (2007). Checking out Facebook.com : The impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries*, 26(1), 23–34.
22. Chen, D. Y. T., Chu, S. K. W., & Xu, S. Q. (2012). How Do Libraries Use Social Networking Sites to Interact with users. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1–10.
23. Chu, M., & Meulemans, Y. N. (2008). The Problems and Potential of MySpace and Facebook Usage in Academic Libraries. *Internet Reference Services Quarterly*, 13 (1), 21–36.
24. Ellison, N. B. (2013). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *J. of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210–230.
25. Facebook vs Youtube : Which Side of the Video Battle Should You Join? (n.d.). <https://moz.com>. URL: <http://moz.com/blog/facebook-vs-youtube>.
26. Facebook, YouTube i Google+ – samyie populyarnyie sotsseti v mire [Facebook, YouTube and Google+ – the most popular social networks in world]. (n.d.). <http://www.likeni.ru>. URL: <http://www.likeni.ru/events/facebook-youtube-i-google-samyepopulyarnyie-sotsseti-v-mire/> [in Russian].
27. Kallas, P. (2016). Top 15 Most Popular Social Networking Sites (and 10 Apps!). <http://www.dreamgrow.com>. URL: <http://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>.
28. Public Library Marketing : Methods and Best Practices (2012). <https://s3.amazonaws.com>. URL: <http://s3.amazonaws.com/WebVault/PublicLibraryMarketingRpt2013.pdf>.
29. Cantrell, J., Havens, A., De Rosa, A. C. & Jenkins, L. (2007) *Sharing, privacy and trust in our networked world: A report to the OCLC membership*. Dublin. OH: OCLC.
30. Social Media. (n.d.). <http://www.oxforddictionaries.com>. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social-media?q=social+media>.
31. Social Media Fact Sheet. (2017). <http://www.pewinternet.org>. URL: <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/>.
32. Social Media Marketing: How New York Public Library increased card sign-ups by 35 %. (2013). <http://sherpablog.marketing-sherpa.com>. URL: <http://sherpablog.marketing-sherpa.com/online-marketing/nyp-l-social-media-marketing/>.
33. Stelzner, M. A. (2016). Social media marketing industry report: How Markets Are Using Social Media to Grow Their Businesses. <http://www.socialmediaexaminer.com>. URL: <http://www.socialmediaexaminer.com/wp-content/uploads/2016/05/SocialMediaMarketingIndustryReport2016.pdf>.
34. Stvilia, B., & Gibradze, L. (2014). What do academic libraries tweet about, and what makes a library tweet useful? *Library & Information Science Research*, 36(3/4), 136–141.
35. The Law Library of Congress strategic plan. Fiscal years 2011–2016. (2010). <http://www.loc.gov>. URL: http://www.loc.gov/law/news/strategic_plan_2010_FINAL.pdf.
36. Trends in library usage. (n.d.). <https://en.wikipedia.org>. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Trends_in_library_usage.
37. Use of social media by the library : current practices and future opportunities. (2014). <http://www.tandf.co.uk>. URL: <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf>.
38. White paper : Cisco VNI Forecast and Methodology, 2015–2020. (2016). <http://www.cisco.com>. URL: <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>.
39. WordPress protiv Tumblr : sravnenie dvuh populyarnyih platform v kontekste vedeniya blogov [WordPress vs Tumblr: comparison of two popular platforms in the context of blogging]. (n.d.). <http://oddstyle.ru>. URL: <http://oddstyle.ru/wordpress-2/stati-wordpress/wordpress-protiv-tumblr-sravnenie-dvux-populyarnyx-platform-v-kontekste-vedeniya-blogov.html>.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2017 р.

Andrii Zhabin,

Junior Researcher, Vernadsky National Library of Ukraine

SOCIAL NETWORK SERVICES IN LIBRARIES

The article outlines trends in the use of the most popular social media in libraries. The research studies current state of the leading social media in the world and, in particular, in Ukraine, possibilities of their use in libraries. Comparative characteristics of Facebook and YouTube video hosting are examined. User statistics of Facebook is analyzed. The comparative characteristics of Twitter, Instagram and Tumblr are reviewed.

Keywords: social media, social networks, video hosting, Facebook, YouTube, VK, Tumblr, Instagram, Twitter, library blogs, microblog.